

La incestuosa relació entre mitjans i polítics

04/2013 - Ciències de la Comunicació. En les societats democràtiques, els mitjans de comunicació han estat definits com el "quart poder" per la seva influència social i per la seva funció de contrapès davant dels possibles abusos de la resta de poders. En aquest sentit, els mitjans són concebuts com un instrument que vigoritza la salut democràtica d'un país. Aquest treball realitzat a la UAB ha estudiat críticament com els polítics utilitzen els mitjans de comunicació en el seu favor, una pràctica que, heretada de la dictadura, es manté, segons l'estudi, en el cas espanyol, qüestionant així la legitimitat i funció de servei públic que s'espera dels mitjans de comunicació.



Autor: Josem.rus.

La importància d'un mitjà com la televisió, a la qual els ciutadans espanyols dediquen unes quatre hores diàries i converteixen en la seva principal font informativa, permet que el seu estudi mostri resultats rellevants sobre el seu impacte en la salut democràtica d'un país.

En el context internacional, l'espanyola és una democràcia relativament jove, que va heretar unes estructures clientelars de la dictadura prèvia. És a dir, sistemes en què clients i patrons intercanvien favors mutus amb recursos públics i sense garanties meritocràtiques. En arribar la democràcia, algunes d'aquestes estructures es van mantenir tot i que el seu control va passar als governs escollits a les urnes.

Aquest treball liderat per un professor de la UAB analitza quatre aspectes determinants del clientelisme polític-mediàtic al llarg del darrer període democràtic: l'atorgament de llicències de televisió, la regulació de la concentració empresarial en el sector, la politització de la televisió pública i el biaix en la cobertura informativa dels noticiaris.

Així, la demanda política d'una informació periodística que oferís una imatge positiva del propi partit s'ha vist compensada amb favors com l'atorgament de llicències d'emissió que en la pràctica no s'adjudicaven a partir dels mèrits de cada aspirant sinó de la seva afinitat política. A la vegada, les polítiques que regulaven els nivells de concentració del sector s'han relaxat al llarg d'aquestes dècades en funció d'interessos de grups mediàtics específics. I en el cas de la televisió pública, se l'ha sotmès a una manipulació contínua que vicia el seu caràcter de servei públic. En resum, un conjunt de decisions polítiques que, amb independència de la ideologia governant, primaven l'interès privat d'alguns individus i organitzacions sobre l'interès comú del conjunt de la ciutadania a la que deien representar.

Aquesta investigació posa de manifest els déficits democràtics de la regulació sobre televisió al llarg de les tres darreres dècades. La rellevància d'aquests resultats és que posen en dubte les teories sobre sistemes mediàtics, que sostenen que la democratització d'un país té efectes positius sobre la independència i la professionalització periodística i que el clientelisme és un fenomen propi de sistemes polítics autoritaris que tendeix a remetre en contextos democràtics.

Ans al contrari, els resultats d'aquesta recerca indiquen que el clientelisme té molta bona salut en la democràcia espanyola i que ha sabut adaptar amb èxit els seus objectius i les seves estructures als sistemes formals d'independència que, per exemple, exigeix la Unió Europea.

David Fernández-Quijada

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat

"The Clientelistic Nature of Television Policies in Democratic Spain". Fernández-Quijada, D.; Arboledas, L. (2013), *Mass Communication and Society*, 16(2), p. 200-221.